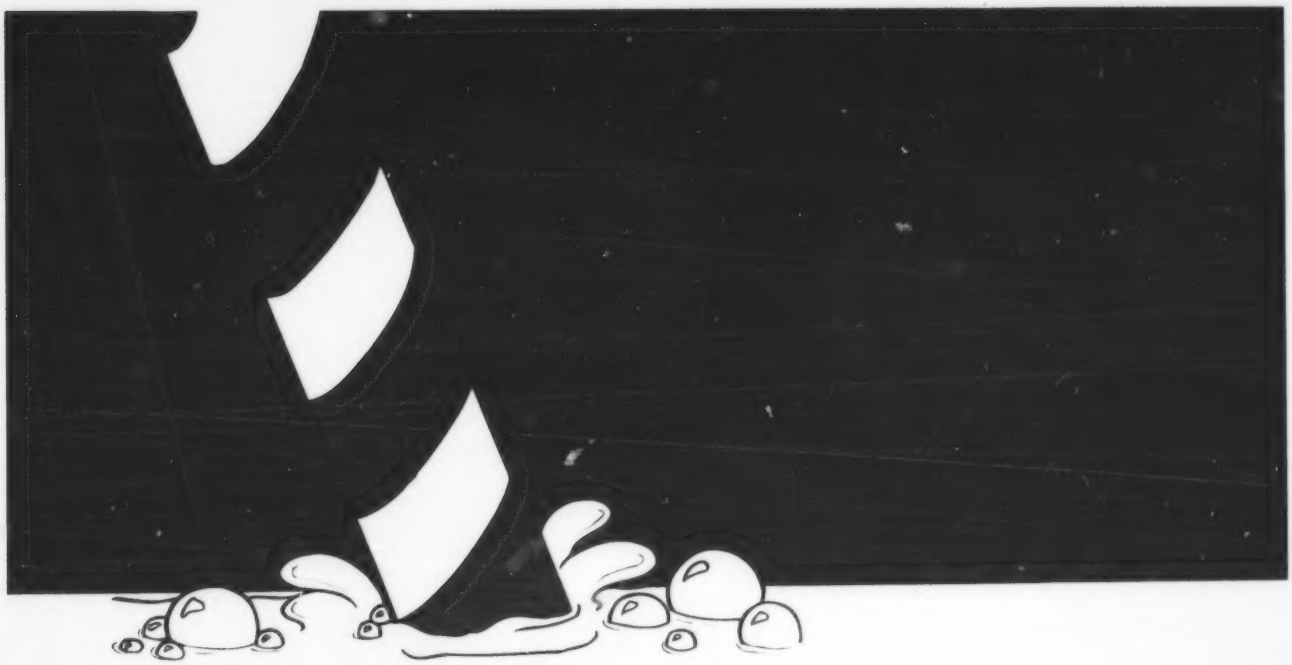


Rapport Annuel 1991 Annual Report

New Brunswick Milk Marketing Board

La Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick

•CHAIRMAN'S MESSAGE

The past year has been very busy for both the Directors and staff of your Board. Restructuring of the NBMMB's activities has progressed extremely well considering the changes resulting from this venture.

The activities of the Board are now concentrated on the marketing of milk and serving as the milk producers' organization in New Brunswick.

The only thing that seems to be of any certainty in the dairy industry at this time is that there will be changes. If Canada is not successful in maintaining its position of retaining a clarified Article XI within the GATT agreement, we will be faced with major changes in our industry. However, even if we are successful in the GATT negotiations, the need to make changes in our industry in order to respond to market demands will continue to be a priority.

A number of recommendations have been identified by the Dairy Task Force. The implementation of these recommendations will play an important role in ensuring continued viability of the New Brunswick dairy industry.

A revised quota system, regional marketing, multiple component pricing and a pricing structure which reflects the downturn in the consumption of butterfat are all issues currently being worked on by the Board.

The development of a school milk program in New Brunswick, in which the industry, food service people and government co-operated, may be an example of how we need to approach some of the problems and opportunities we will encounter in the future.

John Robinson
Chairman

•*MESSAGE DU PRÉSIDENT*

Les administrateurs et le personnel de la Régie ont été très occupés pendant la dernière année. La restructuration de la RMMLNB va bon train si on considère tous les changements que cela a entraîné.

Les efforts de la Régie sont maintenant surtout axés sur la mise en marché du lait et la représentation des producteurs laitiers du Nouveau-Brunswick.

L'industrie laitière ne permet pas à l'heure actuelle de faire aucune affirmation, sauf pour dire que des changements sont à venir. Si le Canada ne réussit pas à obtenir l'adoption de l'article XI, avec clarifications, dans l'accord du GATT, l'industrie devra relever des défis de taille. Néamoins, si nous connaissons du succès dans les négotiations du GATT, nous devrons tout de même modifier notre industrie si nous voulons pouvoir répondre aux demandes du marché.

Les recommandations du groupe de travail énumèrent certains des changements qui seront nécessaires. Il est donc prioritaire que ces recommandations soient mises en oeuvre.

La Régie se penche actuellement sur diverses questions, notamment le nouveau système des quotas, la mise en marché régionale, les prix à composantes multiples et la structure des prix qui reflète la baisse de consommation de matières grasses.

L'élaboration d'un programme de distribution de lait dans les écoles au Nouveau-Brunswick, avec la collaboration, est un exemple de la manière dont nous devons aborder certains des problèmes et questions que l'avenir nous réserve.

John Robinson
Président

Standing/*Debout*: Frank Arris, Secretary Manager/*secrétaire-directeur*;Roger Kaye, Bathurst/Dalhousie/Tracadie; Valerie Carmichael, Woodstock; Albert Neill, Fredericton; Everett Taylor, 2nd vice-chairman/*2e vice-président*, Miramichi; Donald Bettle, Sussex; Percy Waddy, Moncton; Gerald Langelaan, Moncton. Seated/assis:Glen Price, Woodstock/Fredericton; John Robinson, Chairman/président, Sussex; Jacques Laforge, 1st vice-chairman/1er vice-président, Northwest/nord-ouest; Marny Robinson Corporate secretary / sécrétaire.

•BOARD OF DIRECTORS AND STAFF

Jacques Laforge and Everett Taylor were re-elected as Vice-Chairmen of the Board in November 1990. Donald Bettle was elected Director for the Sussex region and started his term of office in November 1990. Roger Kaye, Glen Price and Everett Taylor were elected by acclamation in each of their respective regions in November 1990.

The annual Planning Session was held in late August at Ludlow. Focus of this year's session was on Quota Policies and the Promotion Program.

The New Brunswick Milk Marketing Board employs a staff of 13 to manage, direct and market the milk, pay producers and transporters, bill the processors, and administer the quota policies, promotion/communications programs, tank calibration, cost of production and milk quality systems.

•*CONSEIL D'ADMINISTRATION ET PERSONNEL*

Jacques Laforge et Everett Taylor ont été réélus vice-présidents de la Régie en novembre 1990. Donald Bettle a été choisi représentant de la région de Sussex. Il occupe ses nouvelles fonctions depuis novembre 1990. Roger Kaye, Glen Price, et Everett Taylor ont été élus par acclamation dans leur région respective en Novembre 1990.

La séance de planification annuelle a eu lieu à la fin d'août à Ludlow. Les principales questions à l'étude à cette occasion étaient les systèmes de quotas et les activités de promotion.

La Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick compte 13 personnes pour gérer et diriger l'organisation, voir à la commercialisation du lait, payer les producteurs, s'occuper des transferts, facturer les transformateurs, et enfin administrer les politiques sur les quotas, les programmes de promotions, le calibrage des citermes, le coût de production et le système de la qualité du lait.

92-02429/

ADMINISTRATION

Left to right/*gauche à droite*: Frank Arris (10 yrs/*ans*); Ella Walker (17 yrs/*ans*); Jennifer Fuller (1 yr/*ans*); Renelle Baker (5 yrs/*ans*).

MILK QUALITY AND QUOTA/ *QUALITÉ DU LAIT ET QUOTA*

Seated/*assis*: Steve Lyne (2yrs/*ans*); David Hughes (17 yrs/*ans*); Steve Michaud (7 yrs/*ans*). Standing/*debout*: Kimberly Anderson (3 yrs/*ans*); Marilyn Michaud (11 yrs/*ans*); Rachel MacAskill (6 yrs/*ans*).

COMMUNICATIONS & PROMOTIONS

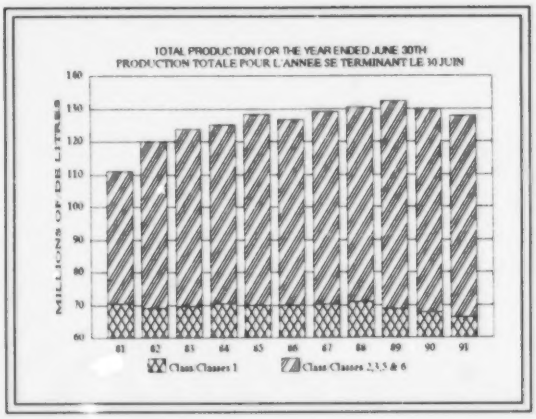
Seated/*assis*: Linda Myers (term/*terme*); Kathy McQuinn (2 yrs/*ans*). Standing/*debout*: Shelly Snider (1 yr/*ans*); Barbara McLaughlin (1 yr/*ans*).

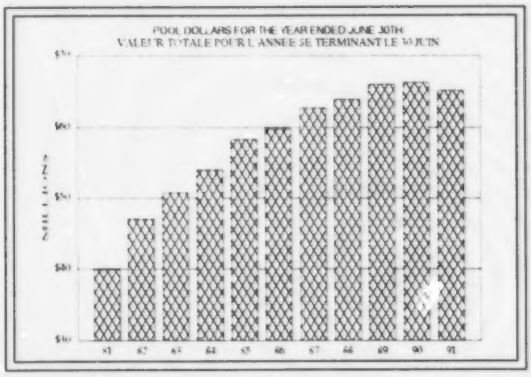
•MILK PRODUCTION AND SUPPLY MANAGEMENT

In 1990-91 milk producers shipped 127,865,000 litres of milk. Producer numbers in the province at year end were 434 milk producers and 68 cream producers, for a total of 502 dairy farm operations. These numbers represent a decrease of 27 milk producers and 27 cream producers from the previous year.

In the 1990-91 dairy year, New Brunswick milk and cream producers shipped 2,216,662 kgs of butterfat which was 105.38% of the provincial allotment. The over-quota production of 113,000 kgs is equal to 3,207,000 litres. Cream producers shipped 69,000 kgs, or 94.9 % of their issued MSQ.

The Canadian Milk Supply Management Committee has reached a concensus on the skim-off issue after many months of discussion. The major points agreed to by all provinces were that each province will be responsible for its own future, fluid skim-off, and that levies to dispose of producers' surplus to Canadian requirements would be charged to total production.





•PRODUCTION LAITIÈRE ET GESTION DES APPROVISIONNEMENTS

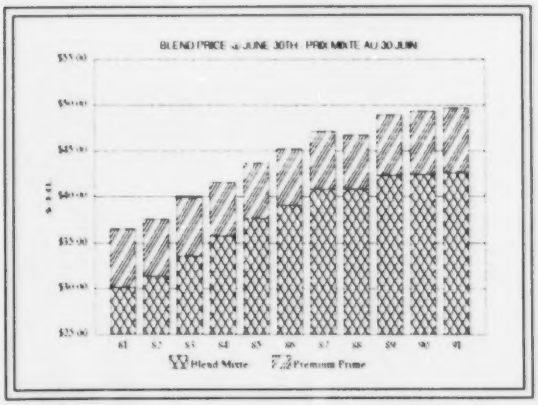
En 1990-91 les producteurs de lait ont expédié 127 865 000 litres de lait. À la fin de l'année la province comptait 434 producteurs de lait et 68 producteurs de crème, soit 502 exploitations laitières au total. La province compte 27 producteurs de lait et 27 producteurs de crème de moins que l'année précédente.

Au cours de l'année 1990-91 les producteurs de lait et de crème du N.-B. ont expédié 2 216 662 kgs de matière grasse soit 105,38 p.100 de l'allocation provinciale. La production hors quota de 113 000 kgs est égale à 3 207 000 litres. Les producteurs de crème ont expédié 69 000 kgs, soit 94,9 pour cent de QMM attribué.

Le comité canadien de gestion des approvisionnements en lait est enfin arrivé à un consensus sur l'écrémage du lait de consommation après plusieurs mois de discussion. Les principaux points sur lesquels se sont entendues toutes les provinces: chaque province assumera la responsabilité de son industrie et de l'écrémage du lait de consommation et les prélèvements pour couvrir les coûts de la commercialisation des excédents seront effectués sur l'ensemble de la production.

•MILK PRICES AND PRODUCER PAYMENT

Effective August 1 1990, the prices of Classes 3,5, and 6 milk were increased by 1.24¢ per litre to 43.2¢, 41.54¢ and 41.04¢ per litre respectively. The average blend price for the year ended June 30,1991 was 44.8¢/litre compared to 43.9¢/litre in 1990.



•PRIX DU LAIT ET PAIEMENTS AUX PRODUCTEURS

A compter du 1 août 1991 les prix du lait des classes 3,5 et 6 ont augmenté de 1.24¢ le litre à 43.2¢, 41,54¢ et 41,04¢ le litre respectivement. Au 30 juin 1990 le prix mixte s'établissait à 44,8¢ le litre comparer à 43,9¢ le litre en juin 1990.

•QUOTA

The volume of Fluid Milk Quota as of June 30, 1991 was 2,103,000 litres per day. Class I sales for the year were 181,107 litres per day, and production was 350,288 litres per day.

The New Brunswick allotment of Market Sharing Quota in the 1990-91 Dairy Year was 2,103,000 kgs including a 3% Special Export Sleeve. MSQ was reduced by 3% on August 1,1990 from 2,169,000 kgs to 2,103,000 kgs.

The individual farm MSQ was converted from litres to kgs effective November 1,1990, using a base period of 24 months ending September 30,1990.

The amount of quota issued to producers was reduced by 2% on August 1,1990.

The Fluid Milk Quota market clearing price on the exchange ranged between $276 and $365 per litre. The Unused Market Sharing Quota price on the exchange ranged between $17.53 and $38.00 per kg, while the Used Market Sharing Quota ranged between $11.05 and $23.89 per kg, during the 1990-91 fiscal year.

•NEW BRUNSWICK DAIRY BUSINESS ANALYSIS PROJECT

The 1990 NBDBA project was completed and the Canadian Dairy Commission (CDC) was provided with the raw data before their May 31, 1991 deadline. New Brunswick data along with Ontario, Québec and Manitoba's data is introduced in the CDC's pricing formula. The CDC, under the guidelines of the Minister of Agriculture and with the advice of the Consultative Committee, determines a fair return to the milk producers for their product.

In the last nine years, the NB Department of Agriculture, the CDCand the NBMMB have realized many benefits from this data. The project has assisted the NBMMB in providing milk producers with fair returns for their fluid milk and the information gathered from this project has provided analysts with a base to compile reports and fact sheets on the dairy producers' situation in New Brunswick.

•GRADUATED ENTRY

On August 1,1991 one new application was accepted in the Graduated Entry program. There are currently 12 producers actively participating in the program.

Year Begun	Producers	FMQ Issued
1987	2	91
1988	3	105
1989	2	145
1990	4	211
1991	1	54
Allotment:	12	606

•QUOTA

Au 30 juin 1991, le volume de QLC était de 2 103 000 litres par jour. Les ventes de lait de classe I étaient 181 107 litres par jour et la production était de 350 288 litres par jour.

Le QMM attribué au N.-B. en l'année laitière 1990-91 était 2 103 000 kgs qui inclus une marge spécial e d'exportation de 3 p.100. Le QMM a été réduite par 3 p.100 soit 2 169 000 à 2 103 000 kgs le 1 août 1990.

Le QMM d'exploitation individuelle a été converti de litres au kgs le 1 novembre 1990. Cette manière utilise une période de base de 24 mois terminant le 30 septembre 1990.

Le quota attribué aux producteurs a été diminué de 2 p.100 le 1 août 1990.

Les QLC se sont transignés à la bourse des quotas entre 276$ et 365$ le litre. Le prix du QMM non utilisé à la bourse a varié entre 17,53$ et 38,00$ le kg, tandis que celui de QMM utilisé a varié entre 11,05$ et 23,89$ le kg durant l'année financière 1990-91.

•PROJET D'ANALYSE DE L'ACTIVITÉ DE PRODUCTION LAITIERE AU NOUVEAU-BRUNSWICK

Le projet d'analyse pour 1990 a été terminé en temps pour pouvoir soumettre à la Commission canadienne du lait les données brutes avant la date limite du 31 mai 1991. Les données du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario, du Québec et du Manitoba ont été intégrées à la formule de calcul des prix de la Commission. La Commission, qui suit les lignes directrices du Ministre de l'Agriculture et avec le conseil du comité consultatif, détermine un prix équitable aux producteurs du lait.

Au cours des neuf dernières années, le ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick, la Commission canadienne du lait et la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick ont tiré de nombreux avantages du projet d'analyse. Le projet a notamment aidé la RMMLNB à calculer un prix équitable pour le lait des producteurs. Les analystes, pour leur part, ont obtenu des renseignements de base les aidant à préparer des rapports et des fiches sur la situation des producteurs laitiers au N.-B.

•INTÉGRATION GRADUELLE

Le 1 août, 1991 il y a eu un nouveau candidat au programme d'intégration graduelle. Le nombre de producteurs qui participent au programme est 12.

Début	*Producteurs*	*QLC attribué*
1987	*2*	*91*
1988	*3*	*105*
1989	*2*	*145*
1990	*4*	*211*
1991	*1*	*54*
Attribution	*12*	*606*

•MILK QUALTIY

Milk Quality continues to be a top priority with the Board. The Quality Awards Program recognizes producers who consistently maintain an exemplary level of quality and sanitation for a 12- month period. Fifty-one producers qualified for this award by meeting the following criteria: 11 of 12 months with a Standard Plate Count of less than 20,000 bacteria per ml; 11 of 12 months Somatic Cell Count less than 250,000 cells per ml; no added water or inhibitor infractions for 12 months; and a Dairy Farm Inspection Report of 90 per cent or higher for 12 months.

Research into feed related milk flavours is continuing at the Agriculture Canada Research Station under the direction of Dr. Ed Charmley. This project is fully funded by the Livestock Feed Development Agreement and is administered by the Board. A steering committee consisting of personnel from the NBMMB, the New Brunswick Department of Agriculture, The Farm Products Marketing Commission, and Agriculture Canada meet regularly to monitor progress and to give direction to the project. A number of herds have been studied, with flavour and vitamin E analysis being done on milk from the bulk tank and from individual cows in the herd. Dr. Charmley will be publishing the results of his research in a few months, but in the meantime problem herds continue to be monitored and milk samples analyzed.

Staff from the Board, Processors and the Farm Products Marketing Commission continue to monitor bulk milk tank samples for flavours on a weekly basis from November through May and bi-weekly from June through October. Producers identified as having a flavour problem are notified by letter, with chronic problems being followed up by a visit to the farm by FPMC or NBDA personnel. This continuing effort has resulted in fewer flavour related complaints from consumers.

The Milk Quality Technical committee with representation from the NBMMB, Processors, NBDA and the FPMC meet on a regular basis to address milk quality problems in all areas of the industry. Recommendations for improving milk quality at each level of the industry are made to the appropriate organizations.

•RAW MILK DISTRIBUTION

Raw milk transportation continues to be an area of great cost to producers. Continuing changes in processing locations which have contributed to increased distances from the producer to the dairy, in conjunction with increases in the cost of labor, fuel and repair parts; have been responsible for an increase in the transportation rate by 6.7 per cent from June 90 to June 91. The average route length has increased from 258 kilometres to 278 kilometres. The number of loads transported dropped from approximately 6,858 to 6,570 with the average load size increasing from 18,935 litres to 19,025 litres. Of the 16 units in use for farm pickup of milk there are five tandem axle trucks, three tandem axle tractor trailers, and eight tri-axle tractor trailers. There are four additional tri-axle tractor trailers designated for use as spares, transporting milk from the northern part of the province once it has been picked up, and to look after extra transportation necessary to meet the requirements of spring weight restrictions and seasonality.

The "Truckstops" computer software program continues to be used to find the most efficient routing possible and to create "what if scenarios" in the event that processing and production trends change from what has been traditional.

•QUALITÉ DU LAIT

La qualité du lait est toujours une question prioritaire pour la Régie. Le programme de trophées, mis sur peid pour reconnaître les producteurs qui maintiennent une qualité du lait et des conditions sanitaires exemplaires pendant 12 mois. Cinquante et un producteurs sont en droit de recevoir un trophée puisqu'ils ont respecté les critères suivants: un dénombrement sur plaque de moins de 20 000 bactéries par mL pendant 11 mois sur 12; un dénombrement de cellules somatiques de moins de 250 000 cellules par mL pendant 11 mois sur 12; aucune infraction en matière d'ajouts en eau ou d'inhibiteur pendant 12 mois et un rapport d'inspection de 90 p.100 ou plus pendant 12 mois.

Le programme de recherche sur le mauvais goût causé par l'alimentation animale se continue sous la direction de Dr Ed Charmley au Centre de Recherche d'Agriculture Canada. Ce projet est entièrement financé par l'Entente sur le développement de secteur des aliments pour animaux et est géré par la Régie. Des personnes d'Agriculture Canada, du ministère de l'Agriculture du Nouveau-Brunswick, de la Commission de commercialisations des produits agricoles du N.-B. et de la Régie de mise en marché du lait du N.-B. font partie d'un comité qui se réunit régulièrement pour surveiller et diriger le projet. Des études ont été menées sur un certain nombre de troupeaux, avec une analyse du goût et vitamine E prise des bassins de lait en vrac et des vaches individuelles dans le troupeau. Dr. Charmley publiera les résultats de son recherche en quelques mois. Pendant ce temps des troupeaux problèmes continueront d'être surveiller et les échantillons analysées.

Le contrôle des échantillons pris des bassins de lait en vrac pour la détection des mauvais goûts est effectué par un personnel représentant les transformateurs, la Commission et la Régie sur une base hebdomadaire de novembre à mai et bi-hebdomadaire de juin à octobre. Les producteurs sont avisés par lettre si leur échantillon de lait a mauvais goût. Les problèmes de mauvais goût qui persistent font l'objet d'une visite de membres du personnel de la CCPA ou du MANB. Ces démarches ont abouti à une réduction considérable des plaintes de la part des consommateurs sur le mauvais goût du lait.

Le comité technique sur la qualité du lait, composé de représentants des transformateurs, de la Régie, de la CCPA et du MANB, se réunit régulièrement pour traiter des problèmes de la qualité du lait dans tous les secteurs de l'industrie. Ce comité a fait plusieurs recommandations à différents organismes afin d'améliorer la qualité du lait. Le résultat est un meilleur acceptance par le consommateur de nos produits.

•DISTRIBUTION DU LAIT CRU

Le transport du lait cru est une activité qui coûte cher. Les changements de locations de transformateurs ont augmentés les distances entre le producteur et la laiterie, accompagnés d'augmentation de coût de la main d'oeuvre, de carburant et des pièces de rechange; ont augmenté le coût du transport de 6.7 p.100 entre juin 1990 et juin 1991. La distance moyenne des itinéraires a augmenté de 258 km à 278km. Le nombre moyen de charges est passé d'environ 6 858 à 6 570 et le volume moyen a augmenté de 18 935 litres à 19 025 litres. Seize camions-citernes ramassent le lait chez les producteurs: cinq camions à essieux tandem, trois camions remorque à essieux tandem et huit camions-remorque tridem. Quatre autres camions-remorque tridem sont utilisés au besoin pour transporter le lait de la région nord du province des qu'il à été ramassé et pour se conformer aux exigences de poids le printemps ainsi qu'aux normes saisonnières.

Le logiciel "Truckstop" sert toujours à tracer les itinéraires les plus efficaces. Il sert aussi à créer les scénarios qui offrent des solutions en cas de changements de production et de la transformation.

•THE LIVESTOCK WORKER TRAINING PROGRAM

The Livestock Worker Training Program was a 16-week course designed to assist participants to make a transition into the agricultural industry. It also ensured adequate participant training to secure employment in this industry.

The program, which ran from December 3 to May 10,1991 was funded by Employment and Immigration Canada under the Job Development Program. The course was divided into nine weeks of off-site theoretical training and seven weeks of on-site practical training involving a number of host farms. The course consisted of a farm trial work period, life skills, farm safety (including CPR and first aid), milking management, breeding and health, feeding and management, and an artificial insemination course.

The Livestock Worker Training Program was successful. Seven out of eight participants completed the program, while six of these participants were placed on potential hiring farms either for full-time or part-time (summer) positions.

•PROMOTION PRODUCT DEMAND HIGHLIGHTS

Total demand for milk and dairy products declined in the past year. The domestic requirement for industrial milk was down by 4.7% for the 1990-91 dairy year. At retail, total cheese was up 3.2% while butter was down 4.6%. Due to the recession, the out-of-home market for cheese was down sharply. Class I sales were down 2.62% and Class II up 2.32%.

•INDUSTRIAL MILK PROMOTION HIGHLIGHTS

The Dairy Bureau of Canada continued its promotion of cheese and butter through the use of both television and outdoor boards.

Consumer research indicated that butter continued to be very well perceived by Canadians and that taste/quality remained the key benefits of the product on which to build an advertising campaign. Several campaigns were tested but the butter-knife dancing with food partners came out a clear winner. The overwhelming consumer response has been very positive. Ad tracking research demonstrated that over 60 per cent of ad respondents were aware of the new campaign after a few months compared to 50 per cent for a campaign that had been on air for at least four years.

The Butter Up and Win in-store promotion was once again organized. A total of 125,000 prizes were available. Of those, 90 per cent were for three lbs of butter. The number of participating stores was 8,350. Approximately 20,500,000 game cards were distributed.

The introduction of the new cheese commercials, featuring Kate and Jimmy, demonstrated that cheese is nutritious, versatile and ideal for all eating occasions, including breakfast.

In addition to television, cheese was re-enforced through a restaurant chain "Cheese Please" promotion, the Annual Foodservice Awards competition, and the recipe program.

The Bureau's scientific and nutrition research division continues to serve the industry by both defending the benefits of dairy products and finding new product or new product uses which will benefit the dairy industry. Similarily, the market and economic research division continues to play an essential role in both the Dairy Bureau's and the Milk Marketing Board's activities by building solid foundations on which marketing initiatives are built. The Board continues to provide monitoring and implementation support for Bureau programs through its promotion staff.

PROGRAMME DE FORMATION POUR OUVRIERS AGRICOLES

Le Programme de formation pour ouvriers agricoles de l'élevage est un cours de 16 semaines pour aider les participants à s'intégrer à l'industrie agricole et leur offrir la formation nécessaire pour trouver de l'emploi dans cette industrie.

Le programme, financé grâce au programme Développement de l'emploi du Emploi et Immigration Canada, a débuté le 3 décembre 1990 et s'est terminé le 10 mai 1991. Le cours comprenait un bloc de neuf semaines de formation théorique et un autre bloc de 7 semaines de formation pratique. Les étudiants ont été accueillis chez divers agriculteurs qui avaient accepté de nous aider. Le cours comportait divers éléments: période d'essai sur la ferme, autonomie for. ionnelle, sécurité à la ferme (y compris la réanimation cardio-pulmonaire et les premiers soins), gestion de la traite, reproduction et santé des animaux, alimentation et gestion et enfin, insémination artificielle.

Le Programme a remporté un franc succès. Sept des huit personnes inscrites ont terminé la formation et nous avons pu placer six de ces sept personnes dans des exploitations agricoles qui leur offriront peut-être du travail, soit à temps plein, soit à temps partiel .

•PROMOTION FAITS SAILLANTS - LES VENTES

La consommation totale du lait et des produits laitiers a diminué au couts de l'année dernière. La demande intérieure pour le lait de transformation a diminué de 4,7 p.100 pour l'année laitière 1990-91. Au rétail les ventes de fromage ont augmentés 3,2 p.100 tandis que celles du beurre ont diminué 4,6 p.100. Les ventes de lait de Classe I ont diminué 2,62 p.100 et celles du classe II ont augmenté 2,32 p.100.

•FAITS SAILLANTS DE LA PROMOTION DU LAIT DE TRANSFORMATION

Le Bureau laitier du Canada a poursuivi ses efforts de promotion du fromage et du beurre au moyen d'annonces télévisées et de panneaux publicitaires.

Une enquête auprès des consommateurs a révélé que les Canadiens considèrent toujours le beurre comme un bon produit. On a également établi que le goût et la qualité sont encore les principaux éléments sur lesquels appuyer une campagne publicitaire. Plusieurs campagnes ont été mises à l'essai, mais les annonces de la "danse du couteau à beurre avec un aliment" ont clairement connu le plus de succès. Les réactions des consommateurs ont été très positives. De nombreux consommateurs connaissaient bien les nouvelles annonces après quelques mois seulement tandis qu'une autre campagne en marche depuis au moins quatre ans n'est connue que de 50 p.100 des consommateurs.

On a de nouveau organisé le concours "Qui beurre gagne" dans les magasins; 125 000 prix étaient offerts, dont 90 p.100 étaient trois livres de beurre. Un total de 8 350 magasins ont participé au concours et environ 20 500 000 cartes d'inscription ont été distribuées.

Les nouvelles annonces pour le fromage, mettant en vedette Julie et Simon, soulignent que le fromage est un aliment nutritif, versatile et idéal pour toutes les occasions, notamment le déjeuner.

En plus des annonces à la télévision, la promotion du fromage comprenait une campagne intitulée "Du fromage, s.v.p.!" dans les restaurants, le Grand Prix annuel de la restauration et le programme de distribution de recettes.

Le service de communication en nutrition du Bureau laitier poursuit ses efforts pour aider l'industrie en défendant les avantages des produits laitiers et en tentant de trouver de nouveaux produits ou de nouvelles utilisations des produits. De même, le Service économie et études du marché joue toujours un rôle essentiel pour les activités du Bureau laitier et de la Régie de conception de projets de commercialisation. Le Service de promotion de la Régie maintien ses services de surveillance et son aide à la mise en oeuvre pour les programmes du Bureau.

•FLUID MILK PROMOTION HIGHLIGHTS

Based on market research the Board's Promotion Department, in cooperation with the other five member provinces of the Fluid Milk Group, changed its primary target audience to reflect the young adult audience (20-39) with a secondary target audience being the 12-17 age group. Teenagers had traditionally been the prime target, however, with the declining percentage of population in this group and knowing that their milk consumption is already so high that it may be difficult to persuade them to drink another glass, it was decided that the focus should be changed. The young adult group was chosen because they recently drank far more milk that they do now so it might be easier to persuade them to pick up their old habits. For this reason a new television campaign was introduced in April. "Milk, Just a Special Touch of Paradise" illustrates the fundamental values of hearth and home, the basic values of a natural product and traditional family relationships, and that milk is one of life's simple pleasures.

The Elementary School Milk Program, aimed at the pre-teen market, continues to maintain milk's visibility in the elementary school system. One hundred and twelve schools participated in the program during the 1990-91 academic year. Research indicates that a more flexible and easily administered program would encourage a higher level of participation.

A Senior High School Milk Program was established in order to maintain milk's visibility to the 12-17 age group. As part of this program, a "Poster Person Contest" was introduced. The winning students were chosen based on their academics, committment to leading a healthy lifestyle, and involvement in extra-curricular activities. The winning male student was Spencer Jeffery of Sussex High School, while the female poster person was Renée Tremblay of École Carrefour Beausoleil.

•FAITS SAILLANTS DE LA PROMOTION DU LAIT DE CONSOMMATION

À la suite d'une étude du marché le Service de promotion de la Régie, en collaboration avec les cinq autres membres du Fluid Milk Group, s'est donné comme principal public cible les jeunes adultes (de 20 à 39 ans) et comme cible secondaire les jeunes âgés de 12 à 17 ans. Les adolescents avaient toujours été la principale cible des efforts de promotion. Toutefois, les adolescents diminuent en nombre. En outre, leur consommation de lait est probablement déjà à son maximum. Nous avons donc décidé de réorienter nos efforts. Nous avons opté pour les jeunes adultes parce que ces personnes, il y a peu de temps, buvaient beaucoup plus de lait que maintenant et il ne serait peut-être pas trop difficile de les convaincre de reprendre cette bonne vieille habitude. Ainsi, nous avons lancé en avril une nouvelle campagne à la télévision. Cette campagne, intitulée "Milk Just a Special Touch of Paradise" mise sur les valeurs familiales fondamentales et essentielles et les qualités de base d'un produit naturel et présente le lait comme un des plaisires simples de la vie.

Le programme élémentaire Lait-École qui s'adresse aux préadolescents, contribue toujours à maintenir le visibilité du lait dans les écoles élémentaires. Au cours de l'année scolaire 1990-91, 112 écoles ont participé à ce programme. Des recherches indiquent qu'un programme plus flexible et plus facile à administrer aurait probablement un taux plus élevé de participation.

Nous avons organisé un programme de promotion de lait dans les écoles secondaires pour maintenir la visibilité du lait chez les enfants de 12 à 17 ans. Un concours d'affiches a été lancé dans le cadre de ce programme. Les gagnants ont été choisis en fonction de leurs résultats scolaires, leur volonté à mener une vie saine et leur participation aux activités parascolaires. Chez les garçons, Spencer Jeffrey, de l'école Sussex Regional High, a remporté les honneurs tandis que chez les filles, notre choix s'est arrêté sur Renée Tremblay de l'École Carrefour Beausoleil.

Spencer Jeffrey

Renée Tremblay

The summer promotion supported the television theme of "Milk, Just a Special Touch of Paradise". The slogan was a featured part of all of the exhibitions, fairs and community events attended throughout the summer. "Milk, Just a Special Touch of Paradise" billboards complimented the summer campaign. The "Moo Mobile" was, as always, an added attraction at all of the summer events and generated a great deal of publicity for the Board and the industry.

In an ongoing effort to enhance the image of the Board and in order to provide better service to the consumer, the Promotions Department purchased a new booth for use at exhibitions and fairs.

Projects emphasizing the ingredient market continued during the year. A provincial distribution of 175,000 milk calendars encouraged the use of milk as a cooking ingredient. Dairy recipes were distributed to consumers at fairs and exhibitions. Milk cookbooks continue to be a popular resale item.

Les activités de promotion de l'été s'appuyaient sur le thème "Milk, Just a Special Touch of Paradise" Le slogan a été affiché dans toutes les expositions, foires et activités communautaires auxquelles nous avons participé. Les panneaux publicitaires portant ce thème ont également été mis en place. La fourgonnette Moo-Mobile était comme toujours à toutes les occasions et a constitué un important outil de publicité pour la Régie et l'industrie.

Dans un effort soutenu pour améliorer l'image de la régie et offrir un meilleur service aux consommateurs, le Service de promotion a acheté un nouveau kiosque pour notre participation aux foires et expositions.

Des projets sur le marché des ingrédients se sont poursuivis au cours de l'année. On a distribué 175 000 calendriers dans la province pour encourager l'utilisation du lait comme ingrédient de cuisson. De plus, des recettes à base de lait ont également été distribuées dans les foires et expositions. Les ventes du livres de recettes au lait ont continué d'être bonnes.

•PUBLIC RELATIONS HIGHLIGHTS

Through the Local Area Public Relations (LAPR) program producers continued their public relations efforts to increase both awareness and general education of the dairy industry. An information session was held in February to provide an opportunity for all Local Public Relations Chairmen to become aware of public relations activities taking place in other regions. The session also provided an opportunity to discuss new and innovative ideas. A bi-monthly newsletter "PR Partner" was distributed to all P.R. Chairmen.

The George B. Whalen Memorial Scholarship was awarded to the Kathleen Welton, of Bathurst. Kathleen is enrolled in a one-year program at the University of New Brunswick from which she will obtain a Bachelor of Education degree in Home Economics.

Jason Smith of Sackville received the 1990-91 Milk Marketing Board Scholarship of $500. Jason is enrolled in his first year of the Farm Machinery Technician Program at the Nova Scotia Agricultural College.

•FAITS SAILLANTS DES RELATIONS PUBLIQUES

Au moyen du programme des relations publiques locales. les producteurs ont poursuivi leurs efforts pour mieux faire connaître l'industrie laitière. Une séance d'information a eu lieu en février pour offrir à tous les présidents des comités locaux de relations publiques l'occasion de se familiariser avec les activités qui se déroulent dans les diverses régions. Cette rencontre a également été une occasion de discuter de nouvelles idées. Un bulletin intitulé "PR Partner" est envoyé à tous les présidents des comités des relations publiques à tous les deux mois.

La bourse d'étude de George B. Whalen a été décernée à Kathleen Welton, de Bathurst. Kathleen est en première année du baccalauréat en éducation en sciences domestiques à l'Université du Nouveau-Brunswick.

Jason Smith, de Sackville, a eu droit à la bourse d'étude 1990-1991 de la Régie de mise en marché du lait d'une valeur de 500$. Jason est en première année du programme de technicien en machinerie agricole au collège d'agriculture de la Nouvelle-Écosse.

•DAIRY PRINCESS

The 1991 Dairy Princess is Sally Walker. Sally and our Milk Rider, Darlene Myra, had a busy summer attending fairs, exhibitions and other community events. The two students also visited elementary schools during May and June. They re-emphasized the summer promotion campaign through contests and special events. Sally is continuing her studies at the Nova Scotia Agricultural College, while Darlene has returned to Saint Thomas University in Fredericton.

•PRINCESSE LAITIERE

La princesse laitière 1991, Sally Walker, et la guetteuse de lait, Darlene Myra, ont eu un été fort occupé. Elles ont participé à de nombreuses foires, expositions et autres activitiés communautaires. Les deux étudiantes se sont également rendues dans les écoles élémentaires en mai et juin. Elles ont contribué à la campagne de promotion estivale en participant à des concours et autres activités spéciales. Sally fait ses études au collège d'agriculture de la Nouvelle-Écosse et Darlene, pour sa part, a repris le chemin de l'université Saint Thomas à Fredericton.

The New Brunswick Milk Marketing Board

BALANCE SHEET
as at June 30, 1991

La Régie de Mise en Marché du Lait du Nouveau-Brunswick

BILAN
au 30 juin 1991

•Assets	1991	1990	•*Actifs*
Current Assets			***Actifs à court terme***
Cash	$50,307	3,626$	*Encaisse*
Accounts receivable	5,117,374	5,886,165	*Comptes à recevoir*
Inventories	42,573	42,965	*Stocks*
Marketable securities (quoted market value 1991 $520,226; 1990, $740,195)	539,275	750,359	*Titres négociables (valeur au marché 1991, 520,226 $;1990, 740,195$)*
Prepaid expenses	42,814	30,447	*Frais payé d'avance*
	5,792,523	6,713,562	
Funds and Investment			***Fonds et placements***
Promotion	13,703		*Promotion*
Investment - R & G Transport Ltd., equity basis		488,848	*Placement - R&G Trasport Ltd., à la valeur de consolidation*
	13,703	488,848	
Fixed Assets, at cost (note 1)			***Immobilisations, prix coûtant***
Land, lagoon and roadways	285,829	285,829	*Terrains, lagune et chemins*
Buildings	840,583	840,583	*Immeubles*
Bulk milk storage equipment	823,132	823,132	*Matériel d'entreposage du lait en vrac*
Office furniture and equipment	152,507	148,292	*Ameublement et matériel de bureau*
Computer equipment and software	328,389	278,186	*Matériel informatique et logiciels*
Automobiles and trucks	137,944	122,344	*Automobiles et camions*
Equipment under capital lease	38,056	38,056	*Matériel sous bail capital*
	2,606,440	2,536,422	
Less accumulated depreciation	1,409,633	1,243,611	*Moins l'amortissement accumulé*
	1,196,777	1,292,811	
Other Asset			***Autres éléments d'actif***
16% note receivable R&G Transport Ltd. maturing January 1, 1996	600,000		*Effet à recevoir 16% R&G Transport LTD., arrive à échéance le 1er janvier 1996*
	$7,603,003	8,495,221$	

•**Auditors' Report**

To the members of the New Brunswick Milk Marketing Board

We have audited the balance sheet of the New Brunswick Milk Marketing Board as at June 30, 1991 and the statements of income and retained income and changes in cash recources for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the company's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audit.

We conducted our audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Board as at June 30, 1991 and the results of its operations and the changes in its financial position for the year ended in accordance with generally accepted accounting principles.

Sussex, New Brunswick
October 8,1991

Buckley & Nixon
Chartered Accountants

•*Rapport des vérificateurs*

Aux membres de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick

Nous avons vérifié le bilan de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick au 30 juin 1991 et les états des résultats, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur notre vérification.

Notre vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degrée raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des informations probantes à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elles comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la société au 30 juin 1991 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus.

Sussex, Nouveau-Brunswick
le 8 octobre 1991

Buckley & Nixon
Comptables Agréés

•Liabilities			•Passifs
Current Liabilities	**1991**	1990	***Passifs à court terme***
Bank overdraft	$1,995,065	2,776,847$	*Découvert bancaire*
Accounts payable and accrued liabilities (note 3)	4,213,852	3,905,051	*Comptes à payer et frais courus (note 3)*
Current portion of obligation under capital lease	19,860	9,930	*Part actuelle de l'obligation liée au bail capital*
	6,228,777	6,691,828	
Funds			***Fonds***
Promotion		16,199	*Promotion*
Indemnity	573,904	753,789	*Indemnité*
Penalty	8,590		*Pénalité*
	582,494	769,988	
Obligation under capital lease (note 4)	13,286	23,216	*Obligation liée au bail capital (note 4)*
Surplus			***Surplus***
Contributed surplus	37,608	37,608	*Surplus d'apport*
Retained income	740,838	972,581	*Bénifices non répartis*
	778,446	1,010,189	
	$7,603,003	8,495,221$	
Contingent Liability (note 5)			*Dette éventuelle (note 5)*

Notes

1. All fixed assets are stated at cost and with the exception of data processing software are being depreciated on the diminishing balance method at the following annual rates:

Roadways	8%
Lagoon	2-1/2%
Buildings	5%
Bulk milk storage equipment	20%
Office furniture and equipment	20%
Data processing equipment	30%
Data processing software	5 years
Vehicles	30%
Equipment under capital lease	20%

The cost of various fixed assets have been reduced by $95,553 related to government assistance received.

2. The bank loan is secured by a general assignment of debts, a fixed and floating charge debenture, and assignment of fire insurance.

3. Accounts payable and accrued liabilities include an amount of $427,548 (1990, $358,677) being the unremitted protion of market sharing quota levies collected to year ended June 30, 1991 and $1,087,104 (1990, $476,891) over quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

4. The minimum lease payments due under the capital lease total $44,776 for the next four years. This figure includes interest of $11,630 and payments due within the next year of $19,860.

5. Through a letter of comfort, the Board assures the financial obligations of R&G Transport Ltd. to the Royal Bank of Canada will be met.

Approved by the Board

P. B. Waddy

Percy Waddy
Director/*directeur*

Notes

1. La valeur de toutes les immobilisations est exprimée au prix coûtant; exception faite des logiciels les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement dégressif, en fonction des taux annuels suivants:

Chemins	8%
Lagune	2-1/2%
Immeubles	5%
Matériel d'entreposage de lait en vrac	20%
Ameublement et matériel de bureau	20%
Matériel informatique	30%
Logiciels	5 ans
Véhicules	30%
Matériel sous bail capital	20%

Les coûts de certaines immobilisations ont été réduits de 95 553 $ en raison de l'aide gouvernementale.

2. Le prêt bancaire est garanti par un transport de créance, un nantissement commercial ainsi qu'un transfert d'assurance feu.

3. Les comptes à payer et frais courus comprennent une somme de 427 548$ (1990, 358 677$) qui représente la portion non versée des retenues sur les quotas de mise en marché reçues durant l'exercice terminé le 30 juin 1991. Une somme de 1 087 104$ (1990, 476 891$) comprend des retenues hors-quota perçues moins la portion applicable à la retenue intérieur-quota.

4. Le paiement minimum du bail qui est dû sous le bail capital est 44 776$ pour les quatre années suivantes. Ce chiffre inclus l'intérêt de 11 630$ et les paiements qui sont dus dans un délai d'une année sont 19 860$.

5. Au moyen d'une lettre d'accord, La Régie donne l'assurance que la dette de R&G Transport avec la Banque royal du Canada sera honorée.

Approuvé par la Régie

Everett Taylor
Director/*directeur*

•Statement of Income and Retained Earnings
Year Ended June 30,1991

•État de l'évolution de la situation financière
Exercice terminé le 30 juin 1991

Income	**1991**	1990	***Revenues***
Producer fees	$690,237	401,818$	*Frais recouvrés par les producteurs*
Allocation from pool operations	(28,708)	107,374	*Allocation pour l'exploitation du pool*
Service fees	513,241	1072,136	*Frais de service*
Lease	8,066	138,244	*Location*
Interest	132,960	131,570	*Intérêt*
Other	201,482	208,507	*Autres*
	1,517,278	2,059,649	
Expenses			***Dépenses***
Administrative (note 6)	1,059,642	1,058,695	*Administration (note 6)*
Policy development (note 7)	193,040	191,706	*Élaboration des politiques (note 7)*
Local milk committees	37,972	35,947	*Comités laitiers locaux*
Transportation and drivers	372,255	731,328	*Transport et chauffeurs*
Annual meeting	29,295	32,585	*Assemblée annuelle*
Other meetings	16,895	23,228	*Autres réunions*
Milk storage	84,597	93,053	*Entreposage de lait*
Depreciation	54,704	52,966	*Amortissement*
	1,848,400	2,219,508	
Excess expenses over income	331,122	159,859	*Excédent dépenses sur revenues*
Investment loss, R&G Transport Ltd.	276,783	239,308	*Pertes d'investissement R&G Transport Ltd.*
Allocation to Quota Fund	11,773	104,567	*Allocation au fond du quota*
Gain on sale of shares of R&G Transport Ltd.	(387,935)		*Gain réalisésur la vente des actions de R&G Transport Ltd.*
Retained income at beginning of year	972,581	1476,315	*Bénéfices non répartis au début de l'exercice*
Retained Income At End Of Year	$740,838	972,581$	*Bénéfices non répartis à la fin de l'exercice*

Notes
6. Administrative expenses do not include $44,625 (1990 $42,864) allocated to the Promotion Fund and Transportation Expenses.

7. Policy development expenses include remuneration and operating expenses of the Board Members.

Notes
6. Les frais d'administration ne comprennent pas la somme de 44,625$ (1990, 42 864$) allouée au fonds de promotion et dépenses de transport.

7. Les frais relatifs à l'élaboration des politiques incluent la rémunération et les frais généraux des membres du Conseil.

•Statement of Changes in Cash Resources
Year Ended June 30, 1991

État de l'évolution de la situation financière
Exercice terminé le 30 juin 1991

Cash Resources Derived From	**1991**	1990	***Provenance du fonds de roulement***
Operations			*Exploitation*
Proceeds on disposals	$600,201	31,115$	*Produits sur ventes d'immobilisations*
Working capital from operations	475,326		*Fonds de roulement*
	1,075,527	31,115$	
Cash Resources Applied To			***Utilisation de fonds de roulement***
Operations			*Exploitation*
Loss	231,743	503,734	*Pertes*
Items not involving cash resources			*Postés ne touchant pas les fonds de roulement*
Depreciation	(160,055)	(176,658)	*Amortissement*
Gain on disposals	387,938	1,577	*Revenu sur ventes d' immobilisations*
Loss on investment	(276,783)	(239,308)	*Pertes de placement*
	176,843	89,345	
Working Capital from operations		1,214,034	*Fonds de roulement provenant de l'exploitation*
Additions to fixed assets	70,221	192,413	*Ajouts aux immobilisations*
	247,064	1,495,792	
Increase (Decrease) in Cash Resources Defieciency	(828,463)	1,464,677	*Augmentation (diminution) de fonds de roulement négatif*
Cash resources deficiency beginning of year	2,773,221	1,308,544	*Fonds de roulement négatif au début de l'exercice*
Cash Resources Deficiency End of Year	$1,944,758	2,773,221$	*Fonds de roulement négatif à la fin de l'exercice*
Cash Resources Deficiency			*Fonds de roulement négatif*
Cash overdraft	$1,944,758	2,773,221$	*Encaisse découvert*

Note
8. It is the policy of the Board to maximize the return on funds retained as working capital by investing in deposit receipts and similar interest earning arrangements.

Note
8. Le Régie a pour politique de maximiser le rendement du capital détenu au titre du fonds de roulement en investissant dans les certificats de dépôts instruments similaires productifs d' intérêts.

•Pool Operations

Year Ended June 30, 1991

•*Exploitation du pool*

Exercice terminé le 30 juin 1991

	1991	1990	
Milk Quantities ('000' litres)	127,865	129,792	*Volume de lait (milliers de litres)*
Milk Value			***Valeur du lait***
Sales	$66,388,793	66,144,585$	*Ventes*
Purchases	66,427,978	65,973,409	*Achats*
Payable to (receivable from) producers at end of year	(39,185)	171,176	*À payer aux (recouvrés auprès) producteurs à la fin de l'exercice*
Transportation			***Transport***
Recovered from producers	3,474,489	3,230,938	*Récouvertes auprès des producteurs*
Expense	3,464,012	3,294,740	*Dépenses*
Payable to (recoverable from) producers at end of year	10,471	63,802	*À payer aux (récouvré auprès) des producteurs à la fin de l'exercice*
Allocated To Income	$(28,708)	107,374$	*Imputé aux bénéfices*

•Statement of Quota Funds

Year Ended June 30, 1991

•*État des fonds relatifs aux quotas*

Exercice terminé le 30 juin 1991

	Fluid Quota *Quotas de lait de consommation*		Market Sharing Quota *Quotas de mise en marché*				All Quota *Tous Quotas*		
			Unused/*Non Utilisés*		Used/*Utilisé*				
	1991	1990	1991	1990	1991	1990	1991	1990	
Receipts	$1,124,890	$1,144,935	$707,942	$804,351	$90,459	$156,945	$1,923,291	$2,106,231	*Recettes*
Disbursements	$1,117,173	1,277,347	700,653	805,751	117,238	127,700	1,935,064	2,210,798	*Déboursés*
Changes in the year	$ (7,717)	132,412	(7,289)	1,400	26,779	(29,245)	11,773	104,567	*Changements au cours de l'exercice*
Allocation to (from) income	$ 7,717	(132,412)	7,289	(1,400)	(26,779)	29,245	(11,773)	(104,567)	*Allocation à (de) revenu*
Balance at end of Year	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	Nil	*Solde à la fin de l'exercice*

Note

9. Receipts and disbursements for quota are made by the Board after the market clearing prices have been established. The market clearing price is the price at which the volume of quota offered for sale is equal to, or most nearly equal to, the volume of bids to purchase quota.

Note

9. Les recettes et les déboursés relatifs aux quotas sont approuvés par le Régie après que les prix d'équilibre ont été établis. Le prix d'équilibre est le prix où le volume d'offre de ventes de quotas est égal, ou à peu près égal au volume d'offre d'achat de quotas.

•Statement of Promotion Funds
Year Ended June 30,1991

État des fonds de promotion
Exercice terminé le 30 juin 1991

Receipts during year	**1991**	1990	***Recettes durant l'exercice***
Pool Milk (note10)	$984,537	931,023$	*Lait du pool (note10)*
Other	58,838	65,458	*Autres*
	1,043,375	996,481	
Disbursements during year			***Déboursés durant l'exercice***
Industrial promotion (note 11)	358,370	350,141	*Promotion du lait detransformation (note 11)*
New Brunswick Milk Foundation	44,522	50,433	*Fondation du Lait du Nouveau-Brunswick*
Research and development	21,390	10,409	*Recherche et développement*
Fluid promotion			*Promotion du lait de consommation*
Television costs	233,986	165,414	*Coûts publicitaires télévision*
Dairy Bureau of Canada	7,725	5,311	*Bureau Laitier du Canada*
School milk	59,398	19,603	*Lait-école*
Other programs	30,277	71,243	*Autres programmes*
Public relations	91,887	68,666	*Relations publiques*
Administrative	225,722	230,427	*Administration*
	1,073,277	971,647	
Increase (Decrease) For The Year	(29,902)	24,834	*Augmentation (diminution) pour l'exercice*
Accumulated funds at beginning of year reserved for promotion	16,199	(8,635)	*Fonds accumulés au début de l'exercice réservés à la promotion*
Balance At End Of Year	$(13,703)	16,199$	*Solde à la fin de l'exercice*

Indemnity Fund
Year Ended June 30,1991

Fonds d'indemnité
Exercice terminé le 30 juin 1991

Receipts during year	**1991**	1990	***Recettes durant l'exercice***
Interest earned	$85,401	68,074$	*Revenu d'intérêt*
Disbursements during year			***Déboursés durant l'exercice***
Calendar project	93,998	65,504	*Projet calendrier*
Fund withdrawal	171,288		*Retrait de fonds*
	265,286	65,504	
Increase (Decrease) For The Year	(179,885)	2,570	*Augmentation (diminution) pour l'exercice*
Balance at beginning of year	753,789	751,219	*Solde au début de l'exercice*
Balance At End Of Year	$573,904	753,789$	*Solde à la fin de l'exercice*

Market Sharing Quota Levies
Year Ended June 30,1991

Retenues sur quotas de mise en marché
Exercice terminé le 30 juin 1991

	1991	1990	
Payable to CDC at beginning of year	$835,569	897,693$	*À payer à la CCL au débutde l'exercice*
Net collections from producers	2,786,098	2,348,795	*Prélèvements nets reçus des producteurs*
	3,621,667	3,246,488	
Disbursements to CDC	2,107,015	2,410,919	*Déboursés à la CCL*
Payable to CDC at end of year (note 12)	$1,514,652	835,569$	*À payer à la CLC à la fin de l'exercice (note 12)*

Notes

10. Collections on pool milk for promotion purposes were increased effective July 1,1990 from 73.2¢ to 77¢ per hectolitre in respect of all shipments.
11. Disbursements to the Dairy Bureau of Canada for industrial promotion were 62¢ per hectolitre of market sharing quota shipments by all producers.
12. Payable to CDC at end of year includes $1,087,104 (1990, $476,891) over-quota levies collected less the portion applicable to within-quota levy.

Notes

10. A compter du 1er juillet 1990, le prélèvement dur le lait du pool à des fins de promotion est passé de 73.2¢ à 77¢ l'hectolitre pour toutes les expéditions.
11. Les déboursés en faveur du Bureau Laitier du Canada aux fins de la promotion nationale sont 62¢ l'hectolitre pour les expéditions relatives aux quotas de mise en marché effectuées par tous les producteurs.
12. Le montant à payer à la CCL à la fin de l'exercice comprend une somme de 1,087,104 $ (1990, 476,891$) au litres des retenues hors-quota perçues moins la portion applicable à la retenue intérieur-quota.

New Brunswick Dairy Hall of Fame
1991 Inductee

Dow Goodine was born in 1923 on a dairy farm in Lower Bear Island, New Brunswick. He received his early education at the local Bear Island school. Dow worked with his father on the family farm until 1946 when he took the farm over.

Pleasant View Farms has an average milking herd of 55 registered holstein cows with a total herd of 170 cattle including heifers and beef. The farm also houses 15,000 laying hens.

From 1967-1974 Dow was a Director on the Board for Capital Co-op. In 1974-1978 he was the President of this organization.

Dow was appointed as Vice-Chairman on the New Brunswick Milk Marketing Board in 1973 and held that position until 1975. He remained on the Board as a Director until 1985.

From 1985-1991Dow was a dairy producer representative on the New Brunswick Farm Products Marketing Commission.

Throughout the years Dow has also been actively involved on the Egg Producers Association. He was one of the original owners of Sunny Glen Eggs Ltd. in Keswick Ridge. He was appointed to the Keswick Ridge School Board in 1960-1967.

In 1986 he was appointed to the Farm Debt Review Board and at the present time he is still acting in this capacity.

Dow's wife is the former Mary Norquay; they have one son and two daughters.

Through his knowledge and dedication, Dow Goodine played a prominent role in the advancement of the dairy industry in New Brunswick.

Temple de la renommée de l'industrie laitière du Nouveau-Brunswick
nomination 1991

Dow Goodine est né en 1923 dans une exploitation laitière à Bear Island au Nouveau-Brunswick. Il reçu ses premières enseignement s à l'école de Bear Island puis travailla dans la ferme familiale jusqu'en 1946. Il pris alors la relève de son père.

Pleasant View Farms est une entreprise avec un troupeau de 170 têtes composé de génisses, de bovins de boucherie et d'environ 55 Holsteins enregistrées. De plus, on y élève environ 15000 poules poudeuses.

Dow fut administrateur de Capital Co-op de 1967 à 1974 puis président de cette compagnie de 1974 à 1978.

Il fut nommé vice-président de la Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick en 1973 et occupa ce poste jusqu'en 1975. Il a continuer par la suite de faire partie du conseil d'administration jusqu'en 1985.

Dow a également été représentant des producteurs laitiers de 1985 à 1991 à la Commission de commercialisation des produits de ferme du Nouveau-Brunswick.

Au cours des ans, il a aussi participé aux activités de l'Association des producteurs d'oeufs. Il fut un des actionnaires fondateurs de Sunny Glen Eggs Ltd. de Keswick Ridge. En outre, il fut membre du conseil scolaire de Keswick Ridge de 1960 à 1967.

En 1986, il a été nommé au bureau d'examen de l'endettement agricole. Il occupe d'ailleurs toujours ce poste.

Dow a épousé Mary Norquay et le couple a un fils et deux filles.

Grâce à ses connaissances et son dévouement, Dow Goodine a énormément contribué à l'avancement de l'industrie laitière du Nouveau-Brunswick.

Sponsors and Exhibitors / *Exposants et Commanditaires*

ADLIC / CABLA
Agricultural Employment Services / Services d'emploi agricole
Baxter Foods Ltd.
Brookville Lime
Dairy Bureau of Canada / *Bureau laitier du Canada*
Dairytown Products Ltd.
Eastern Breeders Incorporation */Coopérative centrale d'insémination artificielle*
Graham Farms Dairy Ltd.
Farm Credit Corporation / *Société du crédit agricole*
NB Power / *Energie N.-B.*
New Brunswick Department of Agriculture / *Ministère de l'Agriculture du Canada*
Nothumberland Co-Operative Ltd.
Promotion Department, NBMMB / *Département de la promotion de la Régie*
Royal Bank of Canada / *La Banque Royal du Canada*
Tractors & Equipment (1962) Ltd.
Victor Colpitts Insurance Services Ltd.

New Brunswick Milk Marketing Board
La Régie de mise en marché du lait du Nouveau-Brunswick
PO Box 490 / *CP 490*
Sussex, NB
E0E 1P0
(506) 432-9120

PRINTED IN CANADA ON RECYCLED PAPER / *IMPRIMÉ AU CANADA SUR PAPIER RECYCLÉ*